

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN BANK SYARIAH INDONESIA KANTOR CABANG
PEMBANTU BULELENG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

**Universitas Pendidikan Ganesha Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen**



Oleh:

Cica Nur Cholisa

NIM 2017041169

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2024

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA**

Menyetujui,

Pembimbing I



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II



Rahutama Atidira, M.M.
NIP. 198805032018031001

Skripsi oleh Cica Nur Cholisa
Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal : 24 April 2024

Dewan Penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. (Ketua)
NIP. 197611102014042001



Rahutama Atidira, M.M (Anggota)
NIP. 198805032018031001



Drs. Wayan Cipta, M.M (Anggota)
NIP. 195912311986031019

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 24 April 2024

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti S.E., M.M
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan

~~Dekan~~ Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Agr. Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PENYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis yang judul “ Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Buleleng “ beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan penipuan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sangsi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya atau ada klaim terhadap karya saya.

Singaraja, 18 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Cica Nur Cholisa
2017041169

MOTTO

“Direndahkan dimata manusia, ditinggikan dimata Tuhan”



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Buleleng”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana Ekonomi pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dengan menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si, CA., CPA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Gede Putu Agus Jana Susila, S.E.,M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
4. Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha Pendidikan
5. Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. selaku Pembimbing I yang senantiasa memberikan motivasi, saran, dan selaku bersedia membimbing dengan penuh tanggung jawab, kesabaran dan semangat sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Rahutama Atidira, M.M. selaku Pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang selalu memberikan saran dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
8. Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta staf yang telah bersedia membantu dalam memberikan informasi dan petunjuk selama perkuliahan.
9. Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi ini.

10. Kedua orang tua, Bapak Halik dan Ibu Holiyah serta kakak Nia dan adik Haris dan adik Nila yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Terima kasih kepada diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras menyelesaikan skripsi, mampu mengatur waktu, tenaga, pikiran serta keuangan dan perekonomian dengan sangat baik, tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini sudah dilakukan semaksimal mungkin, saya sangat bangga dengan diri saya sendiri dan patut dibanggakan.
12. Kepada sahabat saya arina, rani, danil, arik, michel, ita, april yang senantiasa menjadi teman baik dan teman yang selalu ada untuk saya selama perkuliahan dan sampai dapat menyelesaikan perkuliahan ini dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-pesatu yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa yang terjadi dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, penulis mengharapkan saran maupun kritik yang sifatnya membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua khususnya bagi pengembangan pengetahuan di bidang Manajemen Pemasaran.

Singaraja, 24 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	11
2.1.2 Indikator Loyalitas Pelanggan.....	11
2.2 <i>Brand Image</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	13
2.2.2 Indikator <i>Brand Image</i>	13
2.3 Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.1 Definisi Kualitas Pelayanan.....	14
2.3.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	14
2.4 Hasil Penelitian Terdahulu.....	15

2.5 Hubungan Antar Variabel.....	19
2.5.1 Hubungan <i>Brand Image</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan	19
2.5.2 Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	20
2.5.3 Hubungan <i>Brand Image</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap	20
Loyalitas Pelanggan	20
2.6 Kerangka Berpikir	21
2.7 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	23
3.2 Rancangan Penelitian.....	23
3.3 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	24
3.5 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	25
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	26
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.6.2 Instrumen Penelitian.....	27
3.6.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	28
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda	32
3.7.3 Koefisien Determinasi	32
3.7.4 Pengujian Hipotesis	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Deskripsi Data Responden.....	35
4.2 Pengujian Asumsi	36
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	36
4.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	40

4.4 Koefisien Determinasi (R).....	42
4.5 Pengujian Hipotesis	43
4.5.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	43
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	44
4.5.3 Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	44
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
4.6.1 Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas Pelanggan	46
4.6.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	48
4.6.3 Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	51
4.7 Keterbatasan	53
4.8 Implikasi	53
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Rangkuman	55
5.2 Simpulan.....	56
5.3 Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Perkembangan Tabungan Syariah Fase 1	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Instrument	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	33
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas dengan <i>One-Sample Kormogorov-Smirnov</i> ...	36
Tabel 4.3 Uji Multikolinieritas.....	37
Tabel 4.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.5 Uji Analisis Koefisien Determinasi	41
Tabel 4.6 Hasil Uji ANOVA.....	43



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Paradigma Penelitian Mengenai Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	21
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Grafik Histogram P-plot ...	35
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Terkait Penelitian	63
Lampiran 2 Tabulasi Data Uji Validitas dan Reliabilitas	69
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 4 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas	85
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Asumsi Klasik	91
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda	93
Lampiran 7 Dokumentasi Penyebaran Kuesioner	94

